

МАРКЕТИНГ ПЛАН

1. ЦЕЛ

Целта на овој натпревар е да им овозможи на учениците да го разберат маркетинг процесот преку развој и презентација на конкретен маркетинг план.

2. ПРАВИЛА

- На натпреварот можат да учествуваат само ученици од средните стручни училишта кои се членови на Младинската Асоцијација на Средни Стручни Училишта на Македонија-МАССУМ и имаат платено годишна чланарина.

- Секое училиште може да номинира само еден тим од 3 или 4 ученика кои би учествувале на натпреварот

- Секој тим треба да го испрати својот маркетинг план во електронска форма на е-маил на одговорниот наставник.

- Натпреварот ќе го оценуваат судии кои имаат искуство во маркетиншкото работење

3. ОРГАНИЗАЦИЈА

А. Активности

Тимот ќе има задача да подготви маркетинг план за одреден производ или услуга по нивни избор. Пожелно е да се изберат производи или услуги кои ги произведуваат односно нудат реалните односно виртуелните училишни компании (или нивните партнери од реалниот бизнис).

Планот треба да ги содржи следниве аспекти на маркетиншкото работење:

- Анализа на пазарот (каде сме сега?):
 - Трендови во соодветната гранка
 - Профил на купувачите
 - Јаки и слаби страни на конкуренцијата
 - Јаки и слаби страни на вашиот производ/компанија (да се обединат во SWOT анализа)
- Резултати од истражувањето на пазарот
- Бизнис предлог (каде сакаме да бидеме?)
- Клучни претпоставки при планирањето (да се наведат изворите на информации)
- Цели (мора да бидат мерливи, остварливи со дефинирана временска рамка)
- Селектирање на група на потрошувачи- пазарен сегмент кој ќе го конзумира конкретниот производ
- Стратегија и акционен план (како ќе ја оствариме целта?)
- Карактеристики на производот/услугата: големина, квалитет и сл.
- Начин на дистрибуција и продажба
- Структура на цената

- Промоција на производот (кои промотивни активности се соодветни на вашиот производ или услуга?)

- Проектиран Буџет (колку ќе не чини остварувањето на целта и како ќе ги обезбедиме потребните средства?)

- Евалуација (дали ја остваривме целта?)

- Како ќе измериме дали сме ја оствариле целта? (кои инструменти ќе ги користиме?)

- Препораки за идни чекори

Документот не смее да биде поголем од 8 страни А4 формат со големина на букви 12:

- Насловна страна (Наслов на проектот, име на тимот, дата)

- Маркетинг план-текст (макс. 5 страни)

- Додатоци- истражувања, графици, мапи, промотивен материјал (2 страни).

Напомена: Доколку промотивниот материјал не е во електронска форма и не може да се прати по е-маил, тогаш истиот да се понесе директно на натпреварот

ПРЕЗЕНТАЦИЈА

1. Секој тим ќе има на располагање 5 минути за да се подготви за презентација. На располагање ќе имаат компјутер, ЛЦД проектор, проекционно платно и флип чарт.

2. Усмената презентација на планот пред комисијата за оценување не треба да биде подолга од 15 минути. За секое прекорачување на времето ќе бидат одземани бодови од крајниот резултат.

3. По завршувањето на презентација членовите на комисијата имаат 5 минути на располагање за поставување на прашања. Притоа секој член на тимот ќе добие барем едно прашање.

3.2 Оценување

Целосниот маркетиншки настап ќе биде набљудуван и оценуван од 2-3 судии, според однапред утврдени критериуми. Секој од нив дава индивидуално мислење и го бодува настапот на тимот, а сите бодови потоа се собираат. Во случај на еднаков број на бодови на различни тимови, за победник се прогласува тимот кој добил најголем број на бодови во областа на промотивниот настап, а доколку и во тој случај бројот на бодовите е изедначен, победува тимот кој добил најголем број на бодови во областа на давањето на одговори на конкретно поставените прашања од страна на судиите.

3.3 Награди

Наградите ќе бидат доделени на посебна церемонија. Истите ќе бидат обезбедени од

спонзори и од МАССУМ.

Прилог: Критериуми за оценување

А. Маркетинг План	Мах. Можни поени	Резултат
Анализа на пазарот	10	
Бизнис предлог	15	
Акционен план	10	
Буџет	5	
Евалуација	5	
Вкупно:		45

Б. ПРЕЗЕНТАЦИЈА	Мах. Можни поени	Резултат
Маркетинг процес (разбирање на маркетинг процесот)	25	јасна презентација на петте дела на маркетинг планот
Ефикасност на презентацијата	15	организираност, рационалност, учество на секој член на тимот
Одговори на прашањата	15	
Општ впечаток	10	
Вкупно Б:	65	
ВКУПНО (А+Б):	110	

НАПОМЕНА: Имињата на учесниците за сите натправари, вклучувајќи го и овој натпревар, ќе се пријавуваат во апликацискиот формулар кое секое училиште треба да го испрати. Одговорниот наставник за соодветниот натпревар и рокот на пријавување ќе биде накнадно објавен.